

**UNIVERSIDADE DE RIO VERDE (UniRV)  
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**EDMEIRY DE ALMEIDA ZUGEL**

**EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL NAS  
EMPRESAS DO SEGMENTO DE PAPEL E CELULOSE LISTADAS NA  
BM&FBOVESPA**

**RIO VERDE, GO**

**2016**

**EDMEIRY DE ALMEIDA ZUGEL**

**EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL NAS EMPRESAS  
DO SEGMENTO DE PAPEL E CELULOSE LISTADAS NA BM&FBOVESPA**

Trabalho de Conclusão de Curso II apresentado à Banca Examinadora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV), como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof.º Esp. Bruno Sabino de Sousa

**RIO VERDE, GO**

**2016**

### **Ficha Catalográfica**

ZUGEL, Edmeiry de Almeida.

Evidenciação voluntária do capital intelectual nas empresas do segmento de papel e celulose listadas na BM&FBovespa/ Edmeiry de Almeida Zugel – Rio Verde – 2016

50.

Monografia (Graduação) apresentada à Universidade de Rio Verde – UniRV - Faculdade de Ciências Contábeis, 2016.

Orientadora: Prof.º Esp. Bruno Sabino de Sousa

1. Papel e celulose. 2. Capital intelectual. 3.Divulgação.

Bibliotecário(a) responsável:

**EDMEIRY DE ALMEIDA ZUGEL**

**EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL NAS EMPRESAS  
DO SEGMENTO DE PAPEL E CELULOSE LISTADAS NA BM&FBOVESPA**

Trabalho de Conclusão de Curso II apresentado à Banca Examinadora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV), como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Rio Verde, GO, 28 de novembro de 2016.

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof. Esp. Bruno Sabino de Sousa  
Universidade de Rio Verde (UniRV)



---

Prof. Me. Ricardo Neves Borges  
Universidade de Rio Verde (UniRV)



---

Prof. Esp. Rafael Crisóstomo Alves  
Universidade de Rio Verde (UniRV)

A minha formação como profissional não poderia ter sido concretizada sem a ajuda de meus amáveis pais, que, no decorrer da minha vida, proporcionaram-me, além de extenso carinho e amor, os conhecimentos da integridade, da perseverança e de procurar sempre em Deus a força maior para o meu desenvolvimento como ser humano. Por essa razão, gostaria de dedicar e reconhecer a vocês, minha imensa gratidão.

A Deus, dedico o meu agradecimento maior, porque tem sido tudo em minha vida.

Aos(às) amigos(as), familiares, professores(as) e todos aqueles(as) que cruzaram minha vida, participando, de alguma forma, da construção e realização deste trabalho.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, agradeço a Deus, por ter me dado a vida, estando sempre ao meu lado, por ter me concedido uma família maravilhosa, com saúde, sabedoria e muito amor.

Agradeço a minha família por todo apoio prestado nas horas mais difíceis, paciência que tiveram comigo e ao orgulho pela conquista de mais essa vitória em nossas vidas.

Agradeço aos meus amigos, que foram compreensivos em todos os momentos em que não consegui estar junto a eles, e, principalmente, a Hellen, Elias Júnior e Ana Paula, que me apoiaram e incentivaram cada momento em que pensei em desistir.

Agradeço a todos os professores que me auxiliaram nestes anos de estudo, transmitindo seu conhecimento não só para mim, mas também para meus colegas, nos fazendo evoluir como profissionais e também como pessoas.

Agradeço ao professor especialista Bruno Sabino de Sousa, pelas suas orientações e explicações, que com toda sua sabedoria, sanou dúvidas e me incentivou a melhorar a cada dia, ampliando meus horizontes de conhecimento.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo identificar o nível de evidenciação dos elementos componentes do Capital Intelectual do segmento de papel e celulose listados na BM&FBovespa. Quanto as classificações da pesquisa, tratando-se do método de abordagem, a mesma foi considerada qualitativa-quantitativa, quanto aos objetivos classificou-se como descritiva, e, por fim, quanto aos procedimentos, foi classificada como bibliográfica e documental. Para chegar-se aos resultados, analisou-se 6 empresas durante os anos de 2011 até 2015, aplicando o sistema binário para levantamento do índice de divulgação e o método dos quartis para classificação das empresas. Destarte, com os resultados, foi possível constatar que a empresa Celulose Irani S.A., evidenciou 66% dos itens de 2011 até 2015. Quanto a Cia de Melhoramentos São Paulo, divulgou 46% dos quesitos. A empresa Fibria Celulose S.A., divulgou 76% dos itens. Já a empresa Klabin S.A., apresentou 68% dos quesitos e a empresa Santher S.A., divulgou 58% dos itens. Por fim, a Suzano Papel e Celulose S.A., apresentou 60% dos itens. Portanto, conclui-se que as empresas apresentam oscilações no índice de divulgação, porém, de forma geral, elas possuem bons resultados, sendo a menor média 46%, porém nenhuma empresa deste segmento conseguiu atingir 100 % de evidenciação voluntária dos elementos do Capital Intelectual.

**Palavras-chave:** Papel e celulose. Capital intelectual. Divulgação.

## **ABSTRACT**

This paper was aimed at identifying the level of disclosure of the components of the Intellectual Capital of the pulp and paper segment listed on BM&FBovespa. Regarding the classification of the research, considering the method of approach, it was considered qualitative-quantitative, for the objectives were classified as descriptive and finally, regarding the procedures, it was classified as bibliographical and documentary. To reach the results, 6 companies were analyzed from 2011 to 2015, applying the binary system for surveying the disclosure index and the quartis method for company classification. Therefore, with the results, it was possible to verify that Celulose Irani SA showed 66% of the items from 2011 to 2015. As for Cia de Melhoramentos São Paulo, it released 46% of the requirements. The company Fibria Celulose S.A., it released 76% of the items. Already the company Klabin SA presented 68% of the requirements and the company Santher S.A it released 58% of the items. Lastly, Suzano Papel e Celulose S.A. presented 70% of the items Therefore, it is concluded that the companies present fluctuations in the disclosure index, but, in general, they have good results, being the lowest average 46%, but no company in this segment was able to achieve 100% voluntary disclosure of the elements of Intellectual Capital.

**Key words:** Pulp and paper. Intellectual capital. Disclosure.



## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Os pilares do Capital .....	22
QUADRO 2 – Composição da população .....	25
QUADRO 3 – Instrumento de coleta de dados .....	26
QUADRO 4 – Porcentagem de divulgação .....	29
QUADRO 5 – Divulgação por quesito.....	34
QUADRO 6 – Limite dos quartis .....	35
QUADRO 7 – Classificação por quartil .....	35
QUADRO 8 – Ranking de divulgação .....	37

## LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Evolução do índice de divulgação Celulose Irani S.A.....	29
GRÁFICO 2 – Evolução do índice de divulgação Cia Melhoramentos São Paulo.....	30
GRÁFICO 3 – Evolução do índice de divulgação Fibria Celulose S.A.....	31
GRÁFICO 4 – Evolução do índice de divulgação Klabin S.A. ....	31
GRÁFICO 5 – Evolução do índice de divulgação Santher S.A. ....	32
GRÁFICO 6 – Evolução do índice de divulgação Suzano Papel e Celulose S.A.....	33

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA.....	12
1.2 PROBLEMA DE PESQUISA.....	13
1.3 OBJETIVOS .....	13
1.3.1 Objetivo geral .....	13
1.3.2 Objetivos específicos.....	14
1.4 DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	14
1.5 RELEVÂNCIA .....	14
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>17</b>
2.1 ATIVO INTANGÍVEL.....	17
2.2 CAPITAL INTELECTUAL.....	18
2.3 OS PILARES DO CAPITAL.....	19
2.3.1 Capital humano.....	19
2.3.2 Capital estrutural .....	20
2.3.3 Capital do cliente.....	21
2.4 EVIDENCIAÇÃO DO ATIVO INTANGÍVEL (CAPITAL INTELECTUAL) .....	22
<b>3 PROCEDER METODOLÓGICO .....</b>	<b>24</b>
3.1 QUANTO À ABORDAGEM .....	24
3.2 QUANTO AOS OBJETIVOS.....	24
3.3 QUANTO AOS PROCEDIMENTOS .....	25
3.4 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	25
3.5 PERÍODO A SER PESQUISADO .....	26
3.6 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS .....	26
3.7 ANÁLISE DOS DADOS .....	27
<b>4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS .....</b>	<b>28</b>
4.1 ANÁLISE DOS DADOS.....	28
4.1.1 Divulgação por quesito.....	33
4.1.2 Classificação por quartil.....	34
4.1.3 Ranking de divulgação .....	37
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>38</b>

<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>39</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>43</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

No cenário atual da Contabilidade, o Capital Intelectual vem ganhando destaque. Com isso, as entidades reavaliam seus ativos, classificando-os de forma adequada para que, assim, possam atender o objetivo da contabilidade que é prover seu usuário com o máximo de informações, úteis e tempestivas, no que diz respeito à posição patrimonial, econômica e financeira da entidade e suas mutações (IUDÍCIBUS et al., 2010).

Conforme Bragheto (2013), para eliminar um problema, existem duas formas: enfrentando de frente ou planejando estratégias, na primeira é necessária força e na outra inteligência. Ainda conforme o supracitado autor, as entidades têm apostado no capital intelectual, pois consideram que as pessoas são fontes de conhecimento, o que constitui um diferencial de difícil imitação pelos seus concorrentes.

A disputa pelo mercado cresce a cada instante, vencendo somente os que têm estratégias e metas bem definidas, assim, as entidades que estão optando em utilizar da inteligência, criam formas de controles para evidenciar e mensurar o que nem todas as empresas possuem, como por exemplo, o capital intelectual que será apresentado nesta pesquisa (BRAGHETO, 2013).

Stewart (1998) define capital intelectual como o conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência, entre outros, que possa vir a ser utilizado pela empresa para gerar riqueza. Já Rodrigues (2009) diz que o capital intelectual compreende todos os conhecimentos que são adquiridos e acumulados em uma organização, que estão ligados intimamente as pessoas, projetos, patentes, sistemas, metodologias, entre outros que utilizam a interatividade das pessoas no cumprimento da sua missão.

Para Barreto (2014), conforme a mente acumula saber, vai se formando um capital intelectual, sendo assim, o corpo tenderá a querer ousar, porque, sabendo mais, irá arriscar-se mais, e em tal aventura irá expor a sua fragilidade ao risco de destruição. Conforme o mesmo autor, o indivíduo que possui um capital intelectual formado, se esforça para reformular o seu mundo, criar e reinventar ideias e ideais que irão inovar e melhorar o ambiente da entidade.

Biagio (2007) afirma que, nos dias de hoje, com a tecnologia avançada e em constante mudança, as entidades têm a necessidade de adequar-se a uma nova realidade:

investir em formação intelectual, para que as pessoas formadas utilizem de seus conhecimentos em prol do crescimento da entidade.

Este conhecimento que será um diferencial, tornando-se um recurso econômico muito mais importante do que a matéria-prima e, muitas vezes, mais do que o capital econômico, pois as pessoas são responsáveis pelo cumprimento de procedimentos, operacionalidade dos serviços e, conseqüentemente, responsáveis pelo bom desempenho da entidade (BIAGIO, 2007).

## 1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

“As evidenciações voluntárias são meios utilizados por investidores para analisar estratégias e fatores de sucesso das companhias, bem como analisar o ambiente onde estas se encontram inseridas” (PIACENTINI, 2004). Espera-se que as entidades que investem no capital intelectual, controlem, divulguem e utilizem esse diferencial que possuem para tomada de decisão.

Sendo assim, o presente trabalho parte do seguinte questionamento: “Qual o nível de evidenciação voluntária dos elementos componentes do Capital Intelectual do segmento de papel e celulose listadas na BM&FBovespa?”.

## 1.3 OBJETIVOS

Para nortear a pesquisa, faz-se necessário dividir os objetivos em geral e específicos.

O primeiro é o ponto central do trabalho, enquanto o segundo identifica os procedimentos específicos adotados para alcançar o objetivo geral.

### 1.3.1 Objetivo geral

Esta pesquisa tem por objetivo geral identificar o nível de evidenciação dos elementos componentes do Capital Intelectual do segmento de papel e celulose listados na BM&FBovespa.

### 1.3.2 Objetivos específicos

Para alcançar o objetivo geral almejado, elaboraram-se os objetivos específicos:

- a) Conceituar ativo intangível e capital intelectual;
- b) Definir os pilares do capital;
- c) Discorrer sobre a evidenciação do Capital Intelectual;
- d) Identificar e comparar os elementos e categorias do Capital Intelectual

evidenciado voluntariamente nas empresas listadas por meio da técnica análise de conteúdo.

## 1.4 DELIMITAÇÃO DO TEMA

Este estudo delimita-se às empresas do segmento de Papel e Celulose listadas na BM&FBovespa, nos anos de 2011 a 2015.

## 1.5 RELEVÂNCIA

Segundo Marques e Palmeira (2011), o conhecimento é o foco da maioria dos investimentos, fonte do maior produto que uma empresa, principalmente, prestadora de serviços, pode ter, e não deve ser retido e sim divulgado, pois quanto mais informações são compartilhadas, maior será o retorno para as empresas.

Barreto (2014) afirma que o homem exerce a sua condição de inteligência para introduzir o conhecimento no seu espaço de vivência, sempre com a intenção de inovar para melhorar este espaço. Conforme o autor supracitado, visando o fato de que o conhecimento é um bem valioso para as entidades, faz-se de suma importância que os investidores e responsáveis por tomadas de decisões estejam cientes do valor agregado ao capital intelectual de sua empresa.

Piacentini (2004) realizou uma análise prática sobre a evidenciação contábil voluntária adotada por companhias abertas brasileiras. Para tanto, analisou diversos relatórios da administração de 31 empresas, com classificação 1 e 2 de Governança Corporativa, referentes ao exercício encerrado em 31/12/2002. Conforme a autora, no decorrer da pesquisa, foi possível notar que as mesmas não estão preocupadas somente em evidenciar informações, e sim dar maior transparência aos seus demonstrativos. Por fim, a autora afirma que a maioria

destas estão procedendo com a divulgação de informações voluntárias, para os investidores, analistas e demais interessados, e que o conteúdo dessas informações é adequado, consistente e útil para a tomada de decisões.

No ano de 2009, Murcia e Santos realizaram uma pesquisa que apresentou como objetivo analisar as práticas de divulgação de informações voluntária das companhias abertas no Brasil. Para isso, os autores elaboraram uma métrica composta por seis categorias e 43 subcategorias, e a aplicaram nas Demonstrações Financeiras Padronizadas, do exercício findo em 2007, das 100 maiores empresas não financeiras, listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). Nesta pesquisa, segundo Murcia e Santos (2009), os resultados apresentaram que três empresas do setor elétrico (Eletrobrás, Light e Coelce), duas empresas do setor de Telecomunicações (Brasil Telecom e Amazônia Celular) e duas empresas do setor de Siderurgia e Metalurgia (CSN e Usiminas) compuseram o ranking das empresas com melhores práticas de divulgação de informações, a Petrobrás, Vale do Rio Doce e Gol complementaram a lista.

A pesquisa de Moreira et al. (2014) buscou identificar, de acordo com a percepção dos gestores das maiores empresas do setor de energia elétrica do Brasil, quais os fatores predominantes que influenciam para a divulgação de informações voluntárias socioambientais. A pesquisa demonstrou que há uma forte vertente para as questões de competitividade no mercado, e também para a imagem positiva das empresas, novas fontes de financiamentos e a prevenção de impactos danosos economicamente. Destacou ainda que, os administradores concordam com a divulgação de informação voluntária socioambiental, pois contribui para o desenvolvimento da sociedade e de seus funcionários, juntamente com o aspecto de proteção do meio ambiente.

Silva (2008) buscou verificar a evidenciação do Capital Intelectual de origem ambiental e social de empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa. Para isso, analisou os Relatórios Anuais de 39 empresas listadas neste programa e foi possível constatar que das companhias analisadas, existiu maior tendência em divulgar informações referentes a itens ambientais.

Já Reina, Ensslin e Borba (2009) realizaram uma pesquisa a que se preocuparam em verificar o nível de divulgação voluntária do capital intelectual de empresas do chamado Novo Mercado, para isso, buscaram analisar os Relatórios da Administração das 30 maiores empresas (medido pelo capital social) classificadas no Novo Mercado da BM&FBovespa em 31/12/2006. Os autores informaram, que, a partir desse estudo, dentre as companhias



investigadas, foi possível verificar que 93% delas divulgaram algum item referente ao Capital Intelectual.

Portanto, a presente pesquisa justifica-se pela importância da divulgação de informações, pois conforme dizem Bastos, Quintana e Jacques (2011), a evidenciação de informações é parte fundamental para um bom funcionamento do mercado de capitais. Ainda conforme os mesmos autores, é possível verificar que as empresas que realizam a divulgação de informações voluntárias passam uma credibilidade maior para os clientes e fornecedores.

Para o pesquisador, a pesquisa é relevante, pois irá expandir seus horizontes de conhecimento. Para o meio acadêmico, a importância do presente estudo se dá pelo fato de que servirá de base para a realização de futuras pesquisas pertinentes ao assunto. A mesma difere-se de outras pesquisas realizadas, visto que não há nenhuma outra que trate dos mesmos objetivos e do mesmo problema de pesquisa.

A relevância para a sociedade em geral, se dá pelo fato de que, através desta pesquisa, será possível verificar o nível de divulgação de capital intelectual das empresas, dando a oportunidade, assim, de verificar o quanto as pessoas são importantes para as entidades e também verificar se as entidades estão interessadas em divulgar estas informações ou não.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 ATIVO INTANGÍVEL

A economia mundial tem passado por uma grande transformação, manifestando-se na base produtiva e nos âmbitos financeiro e político, e, para diferenciar-se de outras, as empresas têm usado de diversos artifícios com o intuito de alavancarem seus negócios (PONCHIROLI, 2000).

Para Ponchirolli (2000), nessa busca por diferenciação de outras empresas, dentre os vários recursos disponíveis as empresas têm optado por um em específico que é investir em ativos intangíveis, visto que este tipo de ativo é singular e de difícil imitação (PONCHIROLI, 2000).

Conforme o Pronunciamento Técnico CPC 00 (R1) (2011), ativo pode ser definido como itens oriundos de eventos passados que são capazes de gerar algum benefício econômico futuro, seja em recursos produtivos, em que o ativo incorporará a atividade operacional da entidade, ou na capacidade de gerar caixa e equivalentes de caixa. Ainda conforme o mesmo pronunciamento, os ativos podem ser divididos em ativo tangível e intangível.

Em consonância com Antunes, Leite e Guerra (2007), os ativos tangíveis são aqueles considerados palpáveis, que possuam existência de material físico e que possa ser tocado, já o intangível é o oposto e será descrito logo a seguir.

Para Antunes, Leite e Guerra (2007), o ativo para atender a classificação de intangível, deve primeiramente atender a três princípios básicos, que são eles: ser identificáveis, estar sendo controlado pela entidade e ser capaz de no futuro converter-se em benefícios econômicos.

De acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 04 (2010), um ativo satisfaz o critério de identificação, tratando-se do conceito de um ativo intangível, em dois casos: (a) quando for separável, ou seja, puder ser desmembrado da entidade e negociado, transferido, licenciado, alugado ou trocado, seja individualmente ou em conjunto com um contrato, ativo ou passivo relacionado, independente da intenção de uso pela entidade; ou (b) ser oriundo de direitos contratuais ou outros tipos de direitos legais, seja de direitos transferíveis, separáveis ou de outros direitos e obrigações.

Já para Lev<sup>1</sup> (2001 *apud* Kayo et al., 2006), o ativo intangível pode ser definido como uma garantia a benefícios econômicos futuros, que não possuem corpo físico ou financeiro. Lev (2001 *apud* Kayo et al., 2006), ainda diz que essa definição contempla aspectos econômicos relevantes na avaliação do ativo intangível, pois em primeiro lugar, o ativo intangível é resultado de benefícios futuros, ou seja, da soma de lucros econômicos projetados e descontados a uma taxa de risco adequada, e, em segundo lugar, o intangível não possui corpo físico ou financeiro, isto é, do valor total negociado são excluídos os ativos tangíveis, geralmente, na forma de ativo fixo ou capital de giro.

Por sua singularidade, os ativos intangíveis são importantes fatores de diferenciação e contribuem para a obtenção de importantes vantagens competitivas, pois os ativos tangíveis, como máquinas, equipamentos, veículos, são adquiridos com certa facilidade, desde que a empresa possua os recursos financeiros para fazer a devida aquisição, já os ativos intangíveis são únicos e de propriedade exclusiva de uma única entidade (KAYO et al., 2006).

## 2.2 CAPITAL INTELECTUAL

Antunes e Martins (2002) afirmam que a economia está em constante desenvolvimento, e essa evolução, muitas vezes, cobra das entidades algum diferencial que as façam destacar-se perante o mercado. Entre os diferenciais que tornam a empresa mais atrativa no mercado, está o capital intelectual.

Ponchirolli (2000) acredita que o conceito de Capital Intelectual pode ser definido separando-se as palavras, em que Capital, em termos econômicos, é definido como riqueza individual, e intelectual é definido como algo próprio, peculiar, interno, como por exemplo, o caráter de um indivíduo. Então, ainda conforme o mesmo autor, Capital Intelectual é definido como a riqueza de valores da entidade, e está intimamente ligado às pessoas, aos colaboradores da entidade.

Segundo Bornia e Wernke (2001), o Capital Intelectual é a somatória do conhecimento de todos em uma empresa e é um fator que proporciona vantagem competitiva. Os mesmos autores ainda dizem que, ao contrário dos Ativos que os empresários e contabilistas estão acostumados, o Capital Intelectual é intangível, e, entre diversos exemplos, pode-se citar o conhecimento da força de trabalho, o treinamento e a intuição de uma equipe

---

<sup>1</sup> Lev, B. *Intangibles: management, measurement, and reporting*. Washington: Brookings, 2001.

de químicos que descobrem uma nova droga com um alto valor agregado e capaz de ser apresentada em diversas formas para melhorar a eficácia de uma indústria.

Ainda tratando do conceito de Capital intelectual, Rodrigues (2009) informa que o conceito de Capital intelectual abrange todos os conhecimentos adquiridos e acumulados de uma entidade e que estão intimamente ligados às pessoas, projetos, patentes, sistemas, metodologias entre outros métodos que dependa da interatividade do ativo humano, para que se possa chegar ao cumprimento da missão da organização.

É necessário lembrar que o grande desafio do capital intelectual diz respeito às limitações nas perspectivas e nos motivos gerenciais, pois os gerentes ponderam que é difícil avaliar o capital intelectual em suas próprias organizações (PONCHIROLI, 2000).

## 2.3 OS PILARES DO CAPITAL

Biagio (2007) afirma que os pilares do capital intelectual eram compostos somente pelo Capital Humano e Capital Estrutural, com o passar dos anos, inclui-se, então, um terceiro pilar, que abrangia o Capital de Cliente. Vale ressaltar, que ainda nos dias de hoje, esses três pilares se confundem. Veremos a seguir as definições de cada um deles.

### 2.3.1 Capital humano

Segundo Bassan e Hauschildt (2005), o capital humano é aquele que se encontra incorporado nas pessoas dotadas de talentos para o desenvolvimento e criação de produtos e serviços de qualidade, tendo como objetivo principal atrair clientes e satisfazê-los da melhor forma possível.

Ferraza, Burtet e Scheffer (2015) afirmam que muitas empresas buscam uma definição convincente de talento, o qual se torna possível identifica-lo e valoriza-lo, porém, a maioria das empresas utiliza esse termo para designar toda sua força de trabalho. As mesmas autoras ainda afirmam que a identificação dos talentos é dificultada, pois o talento é a essência da pessoa, e ainda nenhum talento é igual a outro, sendo assim, pessoas diferentes possuem talentos diferentes.

Para Kelniar, Lopes e Pontili (2013), desde o começo da história, o capital humano tem sido moldado de acordo com as necessidades de cada época, e, com o surgimento do capitalismo, ganhou ainda maior importância. Segundo os autores supracitados, o Capital

Humano pode ser definido como todas as qualidades e habilidades que envolvem o ser humano.

De acordo com Ponchirolli (2000), o capital humano deve ser definido como as pessoas dotadas de habilidades e competências diversas, e afirma ainda que as entidades precisam urgentemente passar a ver que os seres humanos em seu trabalho não são apenas pessoas movimentando ativos, na verdade, eles são os próprios ativos e devem ser valorizados como qualquer outro ativo da organização.

Por fim, é válido ressaltar que tanto o conhecimento quanto as habilidades podem ser ensinados ou transferidos entre pessoas, já o capital humano se trata do estilo próprio da pessoa, e não pode ser transferido para outro (BASSAN; HAUSCHILDT, 2005).

### 2.3.2 Capital estrutural

Destarte, o próximo elemento, que vem a compor o Capital Intelectual, é o Capital Estrutural.

Para Bernhardt e Karsten (2003), o Capital Estrutural pode ser definido como toda a infraestrutura que serve de apoio para que o Capital Humano exerça de forma satisfatória as suas atividades, ou seja, tudo que ficar na entidade quando os seus colaboradores forem para casa, portanto, como exemplo de Capital estrutural, pode-se citar: Mesas, Cadeiras, entre outros.

Marques e Palmeira (2011) dizem que o Capital Estrutural consiste em todo conhecimento contido e retido na empresa, isso inclui dados, *softwares*, tecnologias, rotinas e procedimentos organizacionais, ou seja, aquele que permanece na empresa.

Entre os três pilares do capital, este é o único que efetivamente é possuído pela organização e também o único que permite calcular, com maior exatidão, o seu valor, pois geralmente, é possível mensurar quanto custa um determinado software ou uma determinada patente (CAVALCANTI; GOMES; PEREIRA, 2001).

Destaca-se ainda que, em algumas literaturas, o termo Capital Estrutural encontra-se substituído por Capital Organizacional, sendo que não há prejuízos para o entendimento, visto que ambos possuem o mesmo significado (BERNHARDT; KARSTEN, 2003).

### 2.3.3 Capital do cliente

Para Marques e Palmeira (2011), o capital do cliente pode ser definido como o valor de uma franquia, do seu relacionamento contínuo com seus clientes, pessoas e organizações, e é justamente nessa parte que o capital torna-se dinheiro. Os autores afirmam ainda que esse tipo de capital é parecido com o Capital Humano, pois não se pode possuir clientes, da mesma forma que não se pode possuir pessoas, porém é possível aumentar seu valor através de investimentos.

Biagio (2007) afirma que o capital do cliente inclui todo e qualquer relacionamento entre a organização e pessoas de fora, sejam eles fornecedores e clientes. Ainda conforme o autor supracitado, este relacionamento irá gerar caso a organização conquiste a fidelidade dos mesmos, pois esta fidelidade traz a certeza de vendas e, por consequência, reduziria os custos que envolvem a busca de novos clientes e ainda pouparia tempo, pois já se teria conhecimento do produto oferecido.

Sendo assim, nota-se a necessidade de investir no capital do cliente, porém, segundo Bassan e Hauschildt (2005), para investir-se no capital do cliente, é necessária a avaliação prévia de alguns fatores, como por exemplo: a inovação para com o cliente; separar cliente como indivíduo, atendendo-o de forma pessoal e satisfazendo suas necessidades; conhecer a atividade que o cliente exerce para melhor servi-lo e tornar-se indispensável.

Verifica-se ainda que é necessário controlar esses três fatores que compõem o Capital Intelectual, pois esses elementos interagem entre si para a obtenção de um capital intelectual bem estruturado, que seja passível de mensuração e avaliação, de acordo com as características e particularidades de cada entidade, com o intuito de contribuir para a obtenção resultados satisfatórios, e contribuir com a contabilidade através de novas informações, proporcionando uma visão mais moderna e atual (BASSAN; HAUSCHILDT, 2005).

Para melhor entendimento e diferenciação dos itens que foram acima citados, elaborou-se o Quadro 1, com o intuito de promover a comparação e tornar mais clara a definição que cada pilar do Capital Intelectual.

**QUADRO 1** - Os pilares do Capital

<b>PILAR</b>	<b>DEFINIÇÃO</b>
Capital Humano	É aquele incorporado nas pessoas que possuem talentos para criação de produtos e serviços de qualidade, com o objetivo de atrair clientes e satisfazê-los da melhor forma possível.
Capital Estrutural	Consiste em todo conhecimento contido e retido na empresa, incluindo softwares, tecnologias, rotinas e procedimentos organizacionais, portanto, são aqueles itens que permanecem na organização.
Capital do Cliente	Pode ser definido como o valor de uma franquia e de seus relacionamentos com clientes, pessoas e organizações, e é justamente nessa etapa que o capital torna-se dinheiro.

Fonte: Marques e Palmeira (2011), adaptado pela autora, 2016.

Portanto, no Quadro 1, é possível constatar que, embora os pilares possam ser confundidos, cada um tem uma definição específica, em que o Capital Humano é aquele incorporado nas pessoas, o Capital Estrutural é todo o conhecimento retido na empresa e por fim, o Capital do cliente é o valor dos relacionamentos da empresa com seus clientes, pessoas e organizações.

## 2.4 EVIDENCIAÇÃO DO ATIVO INTANGÍVEL (CAPITAL INTELECTUAL)

De acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 04 (R1) (2010) – Ativo Intangível, ao divulgar informações referentes ao ativo intangível, a entidade deverá separá-los em classes, fazendo a distinção entre os gerados internamente e outros, assim como deverá evidenciar as seguintes informações: a) se possui vida útil definida ou indefinida, e em casos de vida útil definida, deverá informar o prazo de vida útil ou as taxas de amortização utilizadas; b) os métodos de amortização utilizados nos casos de vida útil definida; c) o valor contábil bruto e a amortização acumulada no início e fim de cada período; d) a rubrica da demonstração do resultado em que qualquer amortização do ativo intangível for incluída; e) a conciliação do valor contábil no início e fim do período.

Uma classe de ativos intangíveis nada mais é que um grupo de ativos de natureza e utilização similares nas atividades da entidade e ainda cita exemplos de classes distintas, como por exemplo: marcas, títulos de periódicos, licenças e franquias, direitos autorais, entre outros (CPC 04 (R1), 2010).

Além das informações explicitadas acima, ao realizar a divulgação de ativos intangíveis, a entidade deverá ainda fornecer as seguintes informações: a) nos casos de vida útil indefinida, deverá demonstrar o valor contábil e os motivos que fundamentam tal evidenciação; b) descrever o valor contábil e o prazo de amortização remanescente de qualquer ativo intangível individual relevante para as demonstrações contábeis; c) uma relação de ativos intangíveis adquiridos por meio de subvenção e assistência governamentais; d) a existência e valores de ativos intangíveis em que a titularidade seja restrita; e) o valor dos compromissos contratuais relacionados a aquisição de ativos intangíveis (CPC 04 (R1), 2010).

O CPC 04 (R1) (2010) ainda diz que a entidade deverá divulgar todos os gastos referentes a pesquisas e desenvolvimentos, que foram reconhecidas como despesas no período em que as demonstrações contábeis estejam sendo levantadas.

Desta forma então, antes de evidenciarem qualquer informação referente ao Ativo Intangível, as organizações deverão atentar-se ao que é requerido no dispositivo legal que tange essa evidenciação em específico (CPC 04 (R1), 2010).



### 3 PROCEDER METODOLÓGICO

De acordo com Lakatos e Marconi (2003), a finalidade da atividade científica pode ser definida como a busca pela obtenção da verdade, mediante comprovação de hipótese que, por sua vez, são consideradas pontes entre a realidade e a teoria científica. Ainda conforme os mesmos autores, para buscar essa obtenção da verdade, utilizam-se diversos métodos para alcançar os objetivos.

#### 3.1 QUANTO À ABORDAGEM

Para Rodrigues (2007), na classificação quanto à abordagem do problema, destaca-se a Abordagem Qualitativa, a Abordagem Quantitativa, ou, em alguns casos, é possível que a classificação seja indicada como qualitativo-quantitativa.

Portanto, quanto à abordagem do problema de pesquisa, o presente estudo classificou-se como qualitativo-quantitativa, visto que buscou através do questionamento em questão, entender determinados fenômenos de forma mais intensa e também pelo fato de que a mesma tem como objetivo demonstrar o nível de divulgação de informações voluntárias referentes ao Capital Intelectual das empresas do segmento de Papel e Celulose listadas na BM&FBovespa.

#### 3.2 QUANTO AOS OBJETIVOS

As pesquisas, quanto aos seus objetivos, são consideradas em: descritivas, explicativas e exploratórias. Segundo Gil (2010), as pesquisas exploratórias têm como objetivo principal propiciar uma maior conexão com o problema.

As pesquisas descritivas têm por objetivo realizar uma descrição de atributos de uma determinada população, tendo uma função baseada na identificação de possíveis analogias entre variáveis por meio de suas particularidades (GIL, 2010).

Já as pesquisas explicativas apresentam-se com o objetivo de encontrar fatores que visam determinar ou contribuir de alguma forma para a ocorrência de alguns fenômenos; este tipo de pesquisa é considerado mais complexo, por se fazer necessário realizar um aprofundamento no conhecimento da realidade.

Sendo assim, esta pesquisa se enquadrando como descritiva, pois teve como objetivo principal encontrar o nível de divulgação das empresas do segmento de Papel e Celulose listadas na BM&FBovespa.

### 3.3 QUANTO AOS PROCEDIMENTOS

Quanto aos procedimentos, Gil (2002) afirma que dentre os principais procedimentos de pesquisas encontram-se: a bibliográfica, documental, experimental, estudo de caso, pesquisa ação, pesquisa participante, levantamento de campo, ensaio clínico.

Então, esta pesquisa classificou-se como bibliográfica e documental, pois irá basear-se em material já escrito e publicado por outros autores, como por exemplo: livros, revista, jornais, artigos científicos, relatórios e outros meios publicados, e o método para coleta de dados foi indireto, visto que as informações serão buscadas em material que já havia sido previamente disponibilizado.

### 3.4 POPULAÇÃO E AMOSTRA

Com o intuito de verificar o nível de divulgação de informações voluntárias referentes ao Capital Intelectual nas empresas do segmento de Papel e Celulose listadas na BM&FBovespa, encontra-se uma população composta por 7 (sete) empresas, portanto, foram analisadas todas as empresas deste segmento listadas na BM&FBovespa, ou seja, a população e amostra para a realização da pesquisa foi a mesma, conforme pode ser verificado no Quadro 2:

**QUADRO 2** - Composição da população

<b>EMPRESAS</b>
CELULOSE IRANI S.A.
CIA MELHORAMENTOS DE SÃO PAULO
FIBRIA CELULOSE S.A.
KLABIN S.A.
SANTHER FAB DE PAPEL STA THEREZINHA S.A.
SUZANO HOLDING S.A.
SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A.

Fonte: BM&FBovespa (2016), adaptado pela autora (2016).

Partindo da população da pesquisa, que fora exposta no Quadro 2, será excluída da mesma somente a companhia Suzano Holding S.A, uma vez que ela se trata de uma entidade que controla um conjunto de empresas, e também visto que suas informações evidenciadas correspondem as informações divulgadas pela Suzano Papel e Celulose S.A.

### 3.5 PERÍODO PESQUISADO

Destarte, para a obtenção de maiores e mais amplos resultados, o período analisado foi de 5 anos, sendo eles os anos de 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015, assim, verificou-se como foi o percentual de divulgação nesses anos, se aumentou ou diminuiu, bem como as informações mais ou menos divulgada.

### 3.6 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Com o intuito de cumprir o objetivo deste trabalho, criou-se um instrumento de coleta de dados, que foi preenchido após a realização de um levantamento das Demonstrações Financeiras Padronizadas, Relatórios Socioambientais e de Sustentabilidade, assim como outras informações contidas em seus próprios sítios.

Sendo assim, com base em Rover, Borba e Borgert (2008), elaborou-se 10 quesitos que compõe a coleta de dados, conforme Quadro 3 a seguir:

**QUADRO 3** - Instrumento de coleta de dados

Nº	QUESITO
1	Faz alguma menção ao Capital Intelectual?
2	Incentiva programas de educação continuada?
3	Possui plano de cargos e salários?
4	Investe em tecnologia da Informação?
5	Efetua o pagamento de dividendos?
6	Divulga os gastos para a obtenção de novos clientes?
7	Possui técnicas para medir a satisfação dos clientes?
8	Realiza um comparativo relativo ao crescimento da organização?
9	Informa gastos com projetos sociais?
10	Divulga gastos com projetos ambientais?

Fonte: Rover, Borba e Borgert (2008), adaptado pela autora, 2016.

### 3.7 ANÁLISE DOS DADOS

Após a coleta de dados, a resposta para o problema de pesquisa se deu através da aplicação de duas técnicas: Análise de Conteúdo e Sistema Binário, sendo que, posteriormente, foi utilizado o método dos Quartis para a classificação das empresas conforme percentual de divulgação atingido.

Para Vilela Júnior e Carvalho (2005), a análise de conteúdo consiste em realizar o estudo de registros passados que podem ser na forma de fala, vídeos, textos e documentos, e o uso deste método justifica-se pelo fato de que para a elaboração desta pesquisa se utilizou de material já divulgado, como as Demonstrações Financeiras Padronizadas, Relatórios Socioambientais e Relatórios de Sustentabilidade.

Para Almeida (2013), o sistema binário consiste em: a cada resposta “Sim”, correspondente a um quesito, foi representada pelo número 1, e, cada resposta “Não” correspondente a um quesito, foi representado pelo número 0, ressalta-se que a aplicação do método binário se fez necessária para a apuração do percentual correspondente à divulgação de cada organização.

A partir dos quesitos apresentados no Quadro 3, foi avaliado se houve a divulgação de cada item, para cada uma das empresas investigadas, e para identificar o percentual de divulgação se fez uso da seguinte fórmula:

$$\text{Nível de divulgação} = \frac{\text{Total de quesitos divulgados pela organização}}{\text{Máximo de quesitos passíveis de divulgação}} \times 100$$

Utilizando o método supracitado, apurou-se o percentual de divulgação de cada empresa, e, após a apuração dos percentuais, realizou-se a classificação das mesmas, sendo utilizado o método dos quartis.

Segundo Guedes et al. (2005), a classificação por quartis consiste em classificar os dados da seguinte forma: 1º Quartil - Q1: 0 a 25%; 2º Quartil - Q2: 25,01% a 50%; 3º Quartil - Q3: 50,01% a 75%; 4º Quartil - Q4: 75,01 % a 100%; e, como neste caso, quanto maior o índice de divulgação, melhor foi utilizada a classificação do mesmo autor, onde o primeiro quartil é considerado “ruim”, o segundo quartil será considerado “regular”, o terceiro “bom” e o quarto “ótimo”.

## 4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para a realização desta pesquisa, fora utilizado para a coleta de dados as Demonstrações Financeiras Padronizadas disponibilizadas no sítio da BM&FBovespa, Relatórios Socioambientais e de Sustentabilidade.

Os acessos foram realizados durante os meses de agosto a setembro de 2016 e teve como força motriz a análise do nível de evidenciação voluntária dos elementos componentes do Capital Intelectual das empresas do segmento de Papel e Celulose listadas na BM&FBovespa.

Pelo fato do Brasil possuir terreno com boa fertilidade e também clima benéfico à cultura do eucalipto, o país hoje é o maior produtor mundial de celulose de fibra curta, por outro lado, os demais países se destacam na produção de celulose de fibra longa, pelo fato de ter clima propício para o cultivo de florestas de Pinus (DEPEC, 2016). Dessa forma, para o prosseguimento dessa pesquisa, optou por selecionar todas as empresas do segmento de Papel e Celulose listadas nas BM&FBovespa, sendo elas: Celulose Irani, Cia Melhoramentos de São Paulo, Fibria Celulose S.A., Klabin S.A., Suzano Papel e Celulose S.A.

### 4.1 ANÁLISE DOS DADOS

Com o intuito de preencher o instrumento de coleta de dados e posteriormente verificar o nível de divulgação dos elementos componentes do Capital Intelectual das empresas do segmento de papel e celulose listadas na BM&FBovespa, analisou-se Demonstrações Financeiras Padronizadas, Relatórios Socioambientais e Relatórios de Sustentabilidade.

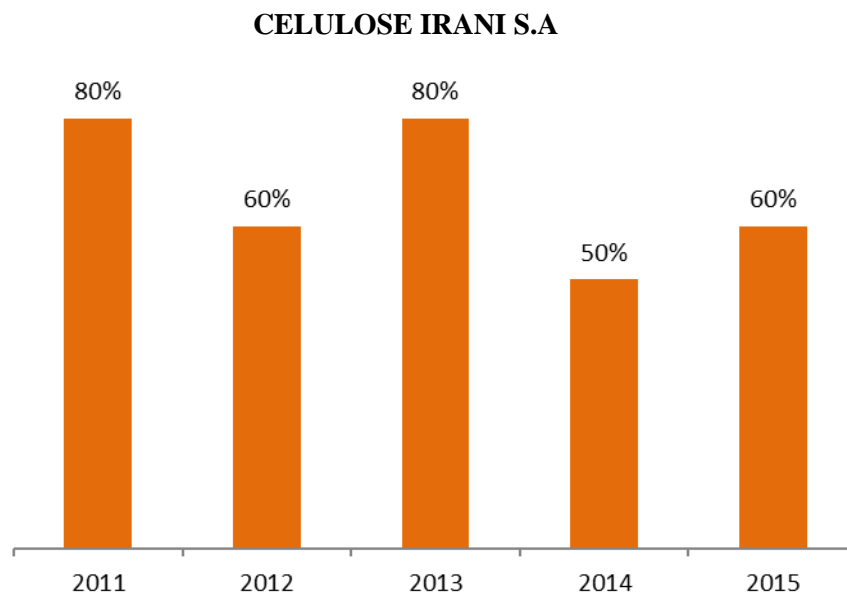
No Quadro 4, é possível verificar a porcentagem de divulgação de cada empresa em cada um dos anos analisados.

**QUADRO 4** - Porcentagem de divulgação

<b>Empresas</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>Média</b>
CELULOSE IRANI S.A.	80%	60%	80%	50%	60%	66%
CIA MELHORAMENTOS DE SÃO PAULO	50%	50%	30%	50%	50%	46%
FIBRIA CELULOSE S.A.	80%	70%	70%	80%	80%	76%
KLABIN S.A.	70%	90%	70%	50%	60%	68%
SANTHER FAB DE PAP STA THEREZINHA S.A.	60%	60%	50%	60%	60%	58%
SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A.	70%	40%	40%	80%	70%	60%

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Dentre os 10 quesitos pesquisados em cada ano, a entidade Celulose Irani S.A., no ano de 2011, divulgou o montante de 8 quesitos (80%), já em 2012, este número reduziu para 6 quesitos (60%), no ano de 2013 teve 8 quesitos divulgados (80%), em 2014 houve redução para 5 quesitos divulgados (50%), por fim, no ano de 2015, houve uma evolução se comparado com o ano de 2014, chegando a 6 quesitos divulgados (60%). Tal variação de divulgação pode ser verificada através da percentagem apresentada no Gráfico 1.

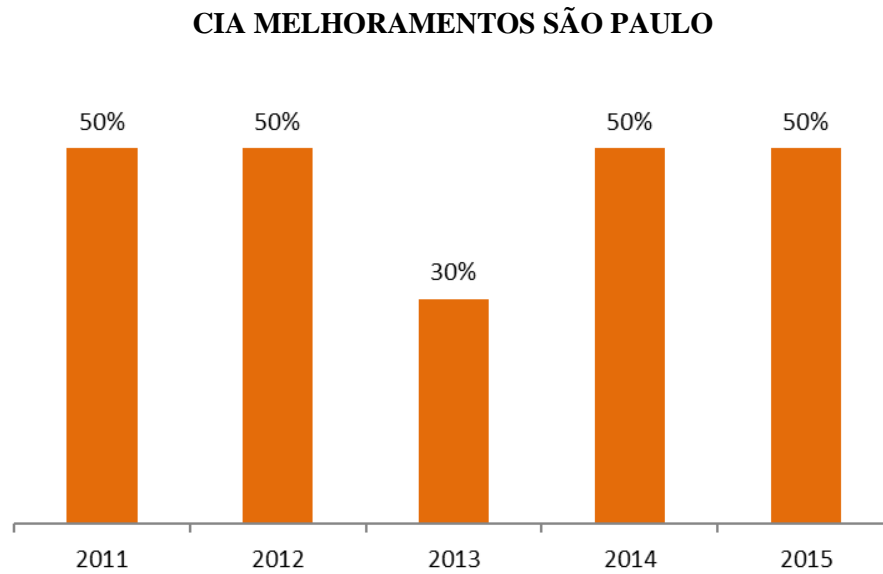
**GRÁFICO 1** - Evolução do índice de divulgação Celulose Irani S.A.

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Já a empresa Cia Melhoramento São Paulo dentre os 10 quesitos analisados em cada ano, divulgou em 2011 e 2012 o equivalente a 5 quesitos (50%); no ano de 2013, houve uma redução no total de quesitos divulgados, para apenas 3 (30%), este número evoluiu para 5

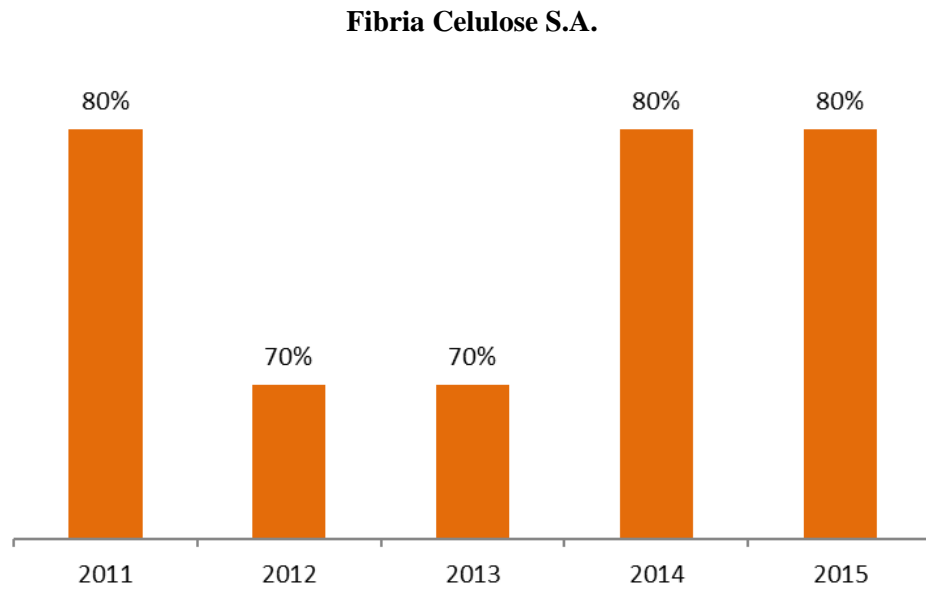
quesitos (50%) em 2014; o mesmo percentual divulgado em 2015. Toda essa movimentação pode ser verificada através das percentagens apresentadas no Gráfico 2.

**GRÁFICO 2** - Evolução do índice de divulgação Cia Melhoramentos São Paulo



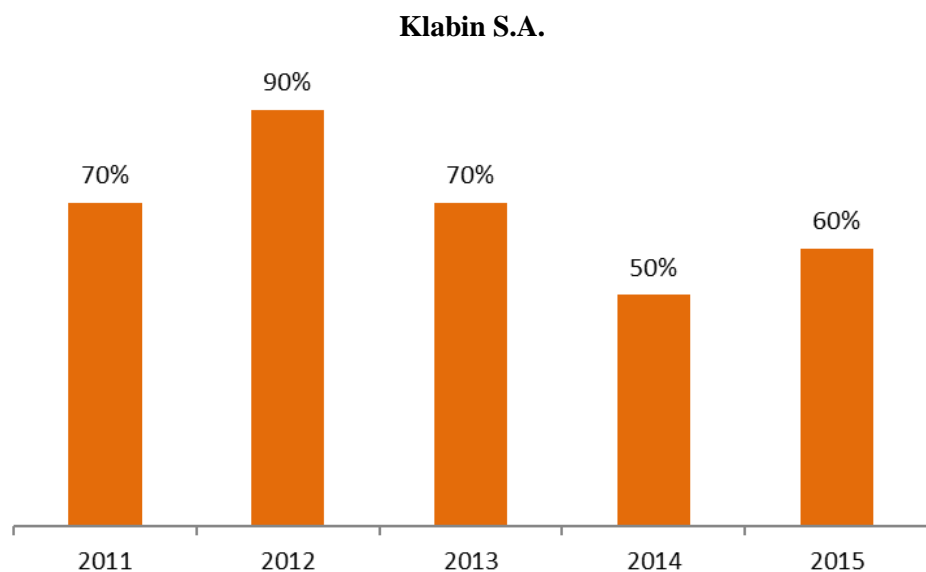
Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Quanto à empresa Fibria Celulose S.A., no ano de 2011, foram divulgados 8 quesitos (80%) dos 10 possíveis; em 2012, esse número caiu para 7 quesitos divulgados (70%), manteve esse número de quesitos divulgados em 2013; em 2014, voltou a divulgar 8 quesitos (80%), e, no ano de 2015, manteve a divulgação na casa dos 8 quesitos (80%). Tal oscilação pode ser verificada no Gráfico 3.

**GRÁFICO 3** - Evolução do índice de divulgação Fibria Celulose S.A.

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Ao analisar a empresa Klabin S.A., foi possível notar que em 2011 a mesma divulgou 7 quesitos (70%) dentre os 10 possíveis; ano de 2012, esse número foi elevado para 9 quesitos (90%), no ano seguinte, o número de divulgação caiu para 7 quesitos (70%); no ano de 2014, continuou caindo, chegando a 5 itens divulgados (50%); por fim, no ano de 2015, apresentou evolução, divulgando 6 quesitos (60%) dentre os 10 possíveis, conforme pode-se notar através dos percentuais evidenciados no Gráfico 4.

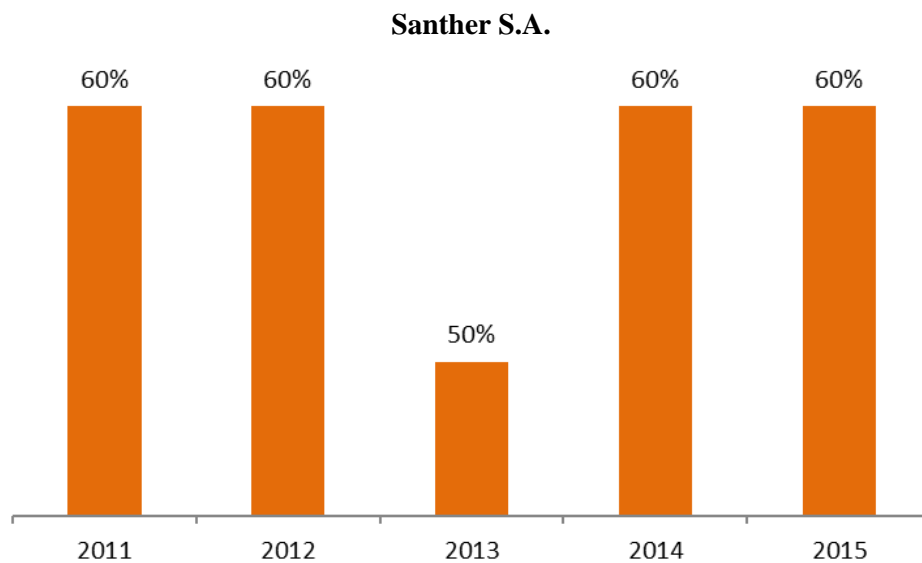
**GRÁFICO 4** - Evolução do índice de divulgação Klabin S.A.

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.



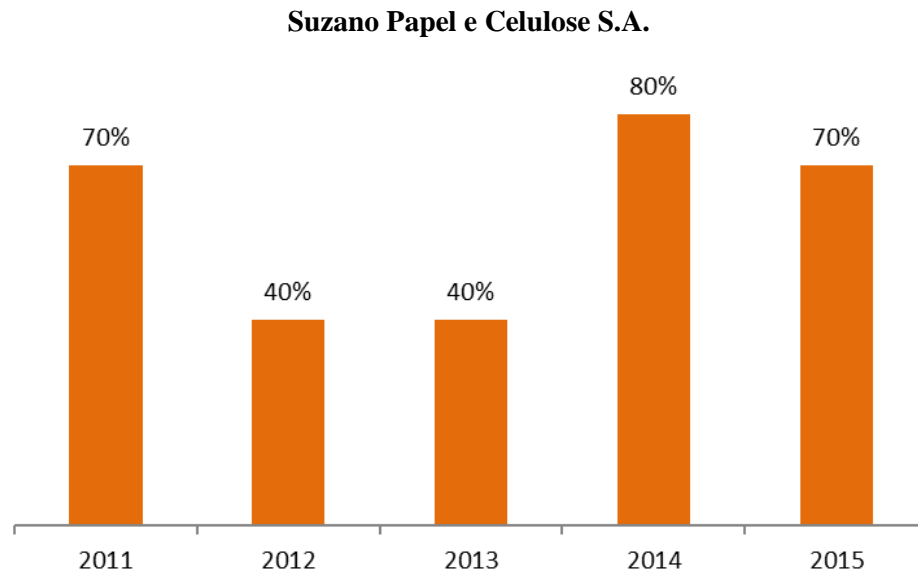
No que tange a entidade Santher S.A., a mesma divulgou 6 quesitos (60%), no ano de 2011, manteve esse mesmo número de itens divulgados em 2012, apresentou queda no ano de 2013, passando a evidenciar somente 5 itens (50%), posteriormente, nos anos de 2014 e 2015 voltou a evoluir, divulgando 6 quesitos (60%) em cada um dos anos, conforme pode ser visto no Gráfico 5.

**GRÁFICO 5** - Evolução do índice de divulgação Santher S.A.



Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Tratando-se da Suzano Papel e Celulose S.A., foi divulgado no ano de 2011, 7 dos 10 itens possíveis (70%); em 2012, 4 quesitos divulgados (40%), manteve esse número em 2013; no ano de 2014, dobrou o número de quesitos atendidos, chegando a 8 (80%) dentre os 10 possíveis; por fim, no ano de 2015, apresentou uma queda na quantidade de itens apresentados, chegando assim a 7 itens evidenciados (70%), conforme apresentado no Gráfico 6.

**GRÁFICO 6** - Evolução do índice de divulgação Suzano Papel e Celulose S.A.

Fonte: elaborado pela autora, 2016.

Quanto à empresa Suzano Holding S.A., optou-se por excluí-la da amostra pesquisada, visto que a mesma é uma empresa de  *Holding*, ou seja, é mantida com o fito específico de participar de outras sociedades como sócia ou acionista.

#### 4.1.1 Divulgação por quesito

Após a coleta de dados, elaborou-se um mecanismo, o qual pode ser avaliado o nível de divulgação de cada quesito, com base em suas médias, conforme pode ser verificado no Quadro 5.

**QUADRO 5** - Divulgação por quesito

	<b>QUESITO</b>	<b>%</b>	<b>POSIÇÃO</b>
<b>1</b>	Faz alguma menção ao Capital Intelectual?	66,67%	4°
<b>2</b>	Incentiva programas de educação continuada?	66,67%	4°
<b>3</b>	Possui plano de cargos e salários?	20%	6°
<b>4</b>	Investe em tecnologia da Informação?	96,67%	1°
<b>5</b>	Efetua o pagamento de dividendos?	76,67%	2°
<b>6</b>	Divulga os gastos para a obtenção de novos clientes?	20%	6°
<b>7</b>	Possui técnicas para medir a satisfação dos clientes?	40%	5°
<b>8</b>	Realiza um comparativo relativo ao crescimento da organização?	96,67%	1°
<b>9</b>	Informa gastos com projetos sociais?	66,67%	4°
<b>10</b>	Divulga gastos com projetos ambientais?	73,33%	3°

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

No Quadro 5, verifica-se a porcentagem de divulgação por quesito, dessa forma, os quesitos mais divulgados, que ocuparam a primeira posição, com índice de divulgação de 96,67%, foram “4 – Investe em tecnologia da informação?” e “8 – Realiza um comparativo relativo ao crescimento da organização?”. Na segunda posição encontra-se o item “5 – Efetua o pagamento de dividendos?”, sendo evidenciado por 76,67% das entidades.

Na terceira posição, encontra-se o quesito “10 – Divulga gastos com projetos ambientais?”, sendo destacado por 73,33% das organizações. Já na quarta posição, encontra-se empatados os itens “1 – Faz alguma menção ao capital intelectual?”, “2 – Incentiva programas de educação continuada?” e “9 – Informa gastos com projeto ambientais?”, estes sendo explicitados em 66,67% dos casos.

Na quinta posição, nota-se o quesito “7 – Possui técnicas para medir a satisfação do cliente?”, que fora divulgado em 40% das organizações. Por fim, na sexta e última posição encontram-se empatados os quesitos “3 – Possui plano de cargos e salários?” e “6 – Divulga os gastos para a obtenção de novos clientes?”, que foram explicitados em somente 20% dos casos.

#### 4.1.2 Classificação por quartil

Após a realização de cálculos, tomando como base a porcentagem de divulgação de cada empresa em cada ano, foi possível chegar ao limite de cada quartil, onde o primeiro, que é considerado ruim tem seu limite de 0% à 50%, o segundo quartil, considerado regular de

50,01% à 60%, o terceiro quartil, considerado bom apresenta seu limite partindo de 60,01% até 72,50%, e por fim, o quarto quartil, classificado como ótimo de 72,51% à 100%, conforme pode ser constatado no Quadro 6.

**QUADRO 6** - Limite dos quartis

<b>LIMITES DOS QUARTIS</b>	
0% a 50%	RUIM
50,01% a 60%	REGULAR
60,01% a 72,50%	BOM
72,51% a 100%	ÓTIMO

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Dessa forma, foi possível realizar a classificação das empresas em cada ano, considerando os limites de cada quartil, conforme pode ser verificado no Quadro 7.

**QUADRO 7** - Classificação por quartil

<b>EMPRESAS</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
CELULOSE IRANI S.A.	Ótimo	Regular	Ótimo	Ruim	Regular
CIA MELH. DE SÃO PAULO	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
FIBRIA CELULOSE S.A.	Ótimo	Bom	Bom	Ótimo	Ótimo
KLABIN S.A.	Bom	Ótimo	Bom	Ruim	Regular
SANTHER S.A.	Regular	Regular	Ruim	Regular	Regular
SUZANO PAP E CELULOSE S.A.	Bom	Ruim	Ruim	Ótimo	Bom

Fonte: Elaborado pela autora, 2016.

Como pode-se observar no Quadro 7, a empresa CELULOSE IRANI S.A., no ano de 2011 teve seu índice de divulgação classificado como “Ótimo”, no ano de 2012 apresentou um pequeno decréscimo no índice de evidenciação, dessa forma sendo classificada como “Regular”, já no ano de 2013, voltou a apresentar melhora e foi classificada como “Ótima”, no ano de 2014 novamente apresentou declínio e fora classificada como “Ruim”, por fim, no ano de 2015 apresentou novamente melhora e classificou-se como “Regular”.

Quanto à empresa CIA DE MELHORAMENTOS SÃO PAULO, nos anos de 2011 e 2012 divulgou apenas 50% dos quesitos analisados, sendo assim classificada como “Ruim”, no ano de 2013 apresentou uma queda no percentual de divulgação, chegando a 30%, o que

fez com que a classificação “Ruim” se mantivesse, por fim, nos anos de 2014 e 2015, voltou a divulgar 50% das sentenças avaliadas, mantendo assim a classificação como “Ruim”.

Tratando-se da FIBRIA CELULOSE S.A., no ano de 2011, apresentou 80% dos itens analisados, sendo classificada como “Ótimo”, nos seguintes anos de 2012 e 2013 apresentou queda no percentual de divulgação, chegando a 70%, o que fez com que a mesma se classificasse no quartil considerado bom “Bom”, porém, nos anos de 2014 e 2015 a entidade voltou a evidenciar 80% das sentenças avaliadas, voltando, assim, a ser classificada no quartil considerado “Ótimo”.

A empresa KLABIN S.A., no ano de 2011, apresentou 70% dos itens avaliados, classificando-se como “Bom”, já no ano de 2012, melhorou esse número de divulgação para 90%, sendo classificada como “Ótimo”, em 2013 voltou a apresentar 70% das sentenças, voltando a classificar-se como “Bom”, em 2014 reduziu o número de divulgação para 50%, o rebaixou sua classificação para “Ruim”, no próximo ano, de 2015, voltou a apresentar ligeira melhora, evidenciado 60% dos itens e sendo classificada como “Regular”.

Nos anos de 2011 e 2012, a empresa SANTHER FAB DE PAP STA THEREZINHA S.A. apresentou 60% dos quesitos investigados, classificando-se no segundo quartil, considerado “Regular”, no ano de 2013, apresentou piora no índice de divulgação, divulgando apenas 50% dos itens analisados, dessa forma piorando sua classificação para “Ruim”, porém, nos anos de 2014 e 2015, voltou a divulgar 60% dos itens analisados, retomando, assim, à sua classificação como “Regular”.

Por fim, a empresa SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A., no ano de 2011, apresentou 70% dos quesitos verificados, sendo assim classificada como “Bom”, nos anos de 2012 e 2013, apresentou piora no percentual de divulgação, caindo para 40% e classificando-se como “Ruim”, em 2014, apresentou melhora, passando a evidenciar 80% dos itens avaliados e classificando-se como “Ótimo”, porém, no ano de 2015, retornou a apresentar uma ligeira queda, evidenciando 70% das sentenças avaliadas, classificando-se como “Bom”, retomando assim a mesma classificação do ano de 2011.

### 4.1.3 *Ranking* de divulgação

Através da média de divulgação alcançada por cada entidade, foi possível elaborar o Quadro 8, com o *ranking* de divulgação das empresas.

**QUADRO 8** - Ranking de divulgação

<b>POSIÇÃO</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>%</b>
1°	Fibria Celulose S.A.	76%
2°	Klabin S.A.	68%
3°	Celulose Irani S.A.	66%
4°	Suzano Papel e Celulose S.A.	60%
5°	Santher S.A.	58%
6°	Cia Melhoramentos de São Paulo	46%

Fonte: elaborado pela autora, 2016.

Destarte, observando o Quadro 8, é possível notar que a empresa Fibria Celulose foi a que apresentou maior média de divulgação, com percentual de evidenciação de 76% dos itens investigados. Em segundo lugar, destaca-se a entidade Klabin S.A., a qual atingiu o índice de divulgação de 68% das sentenças avaliadas.

Na terceira posição, encontra-se a organização Celulose Irani, que atingiu 66% de divulgação, apenas 2% atrás da segunda colocada. Dando continuidade, apresenta-se a empresa Suzano Papel e Celulose, que ocupa a quarta posição com índice de evidenciação de informações em 58%.

Já a empresa Santher S.A., evidenciou somente 58% dos itens avaliados, fazendo assim com que a mesma ocupasse a quinta posição. Por fim, com o pior percentual de divulgação (46%), encontra-se a empresa Cia Melhoramentos de São Paulo, ocupando a sexta e última colocação.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo geral identificar o nível de evidenciação dos elementos componentes do Capital Intelectual do segmento de Papel e Celulose listados na BM&FBovespa.

Para alimentar o instrumento de coleta de dados, analisou-se os seguintes documentos: Demonstrações Financeiras Padronizadas, Relatórios Socioambientais e Relatórios de Sustentabilidade dos anos de 2011 até 2015. Ressalta-se que todos os demonstrativos utilizados foram retirados do sítio da BM&FBovespa ou dos próprios sítios das empresas.

Na análise dos dados, foi possível concluir que a empresa CELULOSE IRANI S.A., manteve uma média de 66% ao longo dos 5 anos analisados, índice de divulgação “Bom”. Já a empresa CIA DE MELHORAMENTOS SÃO PAULO atingiu a média 46% classificando como um índice “Ruim”.

A empresa FIBRIA CELULOSE S.A., teve a média de evidenciação de 76%, sendo considerado “Ótimo”. Enquanto a empresa KLABIN S.A., apresentou média de 68%, classificando-se como “Bom”.

Por fim, a empresa SANTHER FAB DE PAP STA THEREZINHA S.A. evidenciou média de 58%, classificando-se como “Regular”. E a empresa SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A., apresentou média de 60% enquadrando-se na mesma classificação.

De forma geral, conclui-se que as empresas demonstram preocupação em divulgar informações referentes ao capital intelectual, pois a menor média encontrada foi 46% da empresa CIA DE MELHORAMENTOS SÃO PAULO. Porém, é notável que precisam aperfeiçoar as divulgações, visto que nenhuma das entidades deste segmento atingiram 100% de evidenciação voluntária.

Observa-se também que as entidades passaram a enxergar que investir em formação intelectual, visando a utilização de conhecimentos em prol do crescimento da entidade pode ser a chave para o sucesso.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. A. *Codificando o alfabeto por meio do sistema de numeração binário*. 57f. Dissertação (Mestrado Profissional em Matemática) – Programa de Mestrado Profissional em Matemática em Rede Nacional - PROFMAT, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2013. Disponível em: <[http://bit.profmatsbm.org.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/842/2011\\_00618\\_MEIRE\\_APARECIDA\\_DE\\_ALMEIDA.pdf?sequence=1](http://bit.profmatsbm.org.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/842/2011_00618_MEIRE_APARECIDA_DE_ALMEIDA.pdf?sequence=1)>. Acesso em: 25 mai. 2016.
- ANTUNES, M. T. P.; LEITE, R. S.; GUERRA, L. F. Divulgação das informações sobre ativos intangíveis e sua utilidade para avaliação de investimentos: um estudo exploratório baseado na percepção dos analistas de investimentos. *Congresso USP de Controladoria e Contabilidade*, vol. 7. 2007. Disponível em: <<http://www.congressosp.fipecafi.org/web/artigos72007/330.pdf>>. Acesso em: 11 mai. 2016.
- ANTUNES, M. T. P.; MARTINS, E. Capital Intelectual: verdades e mitos. *Revista Contabilidade & Finanças*, São Paulo: USP, n. 29, p. 41-54, mai./ago. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rcf/v13n29/v13n29a03.pdf>>. Acesso em: 11 mai. 2016.
- BARRETO, A. A. A gestão do conhecimento, o capital intelectual e os ativos intangíveis no eterno presente das conexões imediatas. *Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia – PBCIB*. 2014. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/abcib/article/view/17736>>. Acesso em: 15 abr. 2016.
- BASSAN, C. C.; HAUSCHILDT, R. Mensuração do capital intelectual: um desafio importante para a contabilidade. *Revista Eletrônica de Contabilidade*, Santa Maria, v. 1, n. 2, p.1-1, 2005. Disponível em: <<http://periodicos.ufsm.br/index.php/contabilidade/article/view/72>>. Acesso em: 19 mai. 2016.
- BASTOS, K. H.; QUINTANA, A. C.; JACQUES, F. V. S. Análise da demonstração dos fluxos de caixa da empresa Wilson Sons Limited e subsidiárias por meio de indicadores. *XIII Convenção de Contabilidade do Rio Grande do Sul*, jul. 2011. Disponível em: <[http://www.unisc.br/portal/upload/com\\_arquivo/tc20\\_328554648071.pdf](http://www.unisc.br/portal/upload/com_arquivo/tc20_328554648071.pdf)>. Acesso em: 07 mai. 2016.
- BERNHARDT, A.; KARSTEN, J. L. *Capital intelectual: novo ativo das empresas*. Instituto Catarinense de Pós-Graduação – ICPG, 2003. Disponível em: <<http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-07.pdf>>. Acesso em: 19 mai. 2016.
- BIAGIO, L. A. *A importância do capital intelectual nas instituições educacionais*. 2007. Disponível em: <[http://inventta.net/wp-content/uploads/2010/08/artigo\\_Capital\\_Intelectual.pdf](http://inventta.net/wp-content/uploads/2010/08/artigo_Capital_Intelectual.pdf)>. Acesso em: 25 mai. 2016.
- BM&FBOVESPA - Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo. *Empresas listadas*. São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/ciaslistadas/empresaslistadas/BuscaEmpre.aspx?idioma=pt-br>>. Acesso em: 10 mar. 2016.



BORNIA, A. C.; WERNKE, R. Considerações acerca dos métodos de avaliação do capital intelectual. In: VIII Congresso Brasileiro de Custos, São Leopoldo, RS, 2001. *Anais do Congresso Brasileiro de Custos*, out. 2001. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/2885>>. Acesso em: 11 mai. 2016.

BRAGHETO, B. Proposta de planejamento estratégico de atuação das CECC. *Comissão Nacional de Convênios e Credenciamentos – CECC*. 2013. Disponível em: <<http://www.croam.org.br/docs/PROPOSTA%20DE%20PLANO%20ESTRAT%C3%89GICO%202013%20PARA%20AS%20%20C%20ECC%20DA%20CNCC.pdf>>. Acesso em: 07 mar. 2016.

CAVALCANTI, M.; GOMES, E.; PEREIRA, A. *Gestão de empresas na sociedade do conhecimento: um roteiro para a ação*. Rio de Janeiro: Campus, 2001. Disponível em: <[http://www.profcordella.com.br/unisanta/textos/gql43\\_capitais\\_do\\_conhecimento\\_cavalcanti.htm](http://www.profcordella.com.br/unisanta/textos/gql43_capitais_do_conhecimento_cavalcanti.htm)>. Acesso em: 23 mai. 2016.

CPC – Comitê de Pronunciamentos Técnicos. *Pronunciamento Conceitual Básico CPC 00 (R1)*. Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro. 2011. Disponível em: <[http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/147\\_CPC00\\_R1.pdf](http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf)>. Acesso em: 11 mai. 2016.

\_\_\_\_\_. *Pronunciamento Técnico CPC 04 (R1)*. Ativo Intangível. 2010. Disponível em: <[http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/187\\_CPC\\_04\\_R1\\_rev%2008.pdf](http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/187_CPC_04_R1_rev%2008.pdf)>. Acesso em: 08 jun. 2016.

DEPEC - Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos (2016). *Papel e celulose*. Bradesco, out. 2016. Disponível em: <[http://www.economiaemdia.com.br/EconomiaEmDia/pdf/infset\\_papel\\_e\\_celulose.pdf/](http://www.economiaemdia.com.br/EconomiaEmDia/pdf/infset_papel_e_celulose.pdf/)>. Acesso em: 17 out. 2016.

FERRAZA, D. S.; BURTET, C. G.; SCHEFFER, A. B. B. O que as organizações entendem por gestão de talentos? *REAd*, Porto Alegre, edição 80, n. 1. jan./abr. 2015. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/114778> />. Acesso em: 09 ago. 2016.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: <<http://docente.ifrn.edu.br/mauriciofacanha/ensino-superior/redacao-cientifica/livros/gil-a.-c.-como-elaborar-projetos-de-pesquisa.-sao-paulo-atlas-2002>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

\_\_\_\_\_. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GUEDES, T. A.; MARTINS, A. B. T.; ACORSI, C. R. L.; JANEIRO, V. Estatística descritiva. *Projeto de ensino - aprender fazendo estatística*. 2005. Disponível em: <[http://www.each.usp.br/rvicente/Guedes\\_et\\_al\\_Estatistica\\_Descritiva.pdf](http://www.each.usp.br/rvicente/Guedes_et_al_Estatistica_Descritiva.pdf)>. Acesso em: 07 jun. 2016.

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R.; SANTOS, A. *Manual de contabilidade societária: aplicável a todas as sociedades de acordo com as normas internacionais e do CPC*. São Paulo: Atlas, 2010.

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E.; KANITZ, S. C.; RAMOS, A. T.; CASTILHO, E.; BENATTI, L.; FILHO, E. W.; JUNIOR, R. D. *Contabilidade introdutória*. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

JUSTI, J.; VIEIRA, T. P. *Manual para padronização de trabalhos de graduação e pós-graduação lato sensu e stricto sensu*. Rio Verde: Ed. UniRV, 2016.

KAYO, E. K.; KIMURA, H.; MARTIN, D. M. L.; NAKAMURA, W. T. Ativos intangíveis, ciclo de vida e criação de valor. *Revista de Administração Contemporânea*, Curitiba, v. 10, n. 3, p. 73-90, jul./set. 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552006000300005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552006000300005&script=sci_arttext)>. Acesso em: 11 mai. 2016.

KELNIAR, V. C.; LOPES, J. L.; PONTILI, R. M. A teoria do capital humano: revisitando conceito. *VIII Encontro de Produção Científica e Tecnológica – EPCT*, 2013. Disponível em: <[http://www.fecilcam.br/nupem/anais\\_viii\\_epct/PDF/TRABALHOS-COMPLETO/Anais-CSA/ECONOMICAS/05-Vckelniartrabalhocompleto.pdf](http://www.fecilcam.br/nupem/anais_viii_epct/PDF/TRABALHOS-COMPLETO/Anais-CSA/ECONOMICAS/05-Vckelniartrabalhocompleto.pdf)>. Acesso em: 12 mai. 2016.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARQUES J. H. V. L.; PALMEIRA, E. M. Capital intelectual como diferencial competitivo nas organizações. *Eumed.net, Contribuciones a la Economía*. 2011. Disponível em: <<http://www.eumed.net/ce/2011b/lmmp.html>>. Acesso em: 21 mar. 2016.

MOREIRA, N. B.; FILHO, J. M. D.; GOMES, S. M. S.; CONCEIÇÃO, M. G. Fatores que Impactam a Divulgação Voluntária de Informações Socioambientais na Percepção dos Gestores. *Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade - REUNIR*, vol. 4, n. 1, p. 62-82, 2014. Disponível em: <<http://revistas.ufcg.edu.br/reunir/index.php/uacc/article/view/188>>. Acesso em: 07 mai. 2016.

MURCIA, F. D.; SANTOS, A. Fatores determinantes do nível de disclosure voluntário de companhias abertas no Brasil. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade – REPeC*, v. 3, n. 2, art. 4. p. 72-95, mai./ago. 2009. Disponível em: <<http://www.repec.org.br/index.php/repec/article/view/68/58>>. Acesso em: 07 mai. 2016.

PIACENTINI, N. *Evidenciação contábil voluntária: uma análise da prática adotada por companhias abertas brasileiras*. 70 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade do vale do Rio dos Sinos UNISINOS, São Leopoldo, 2004. Disponível em: <[biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/NEUSA\\_PIACENTINI.PDF](http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/NEUSA_PIACENTINI.PDF)> Acesso em: 10 abr. 2016.

PONCHIROLLI, O. *O capital humano como elemento estratégico na economia da sociedade do conhecimento sob a perspectiva da teoria do agir comunicativo*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, 2000. Disponível em: <<http://catedragc.mes.edu.cu/download/Tesis%20de%20Maestria/Ingeniera%20Industrial%20-%20Internacionales/OsmarPonchirolli.pdf>>. Acesso em: 22 mai. 2016.

REINA, D.; ENSSLIN, S. R.; BORBA, J. A. Evidenciação voluntária do capital intelectual nos relatórios da administração em empresas do novo mercado no ano de 2006. *ConTexto*, Porto Alegre: Faculdade de Ciências Econômicas - UFGRS, v. 9, n. 15, 1º sem. 2009. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/ConTexto/article/view/11328/6701>>. Acesso em: 04 jun. 2016.

RODRIGUES, V. S. Capital Intelectual e sua importância para as organizações. *Administradores.com*, jan. 2009. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/capital-intelectual-e-sua-importancia-para-as-organizacoes/27681/>>. Acesso em: 03 out. 2015.

RODRIGUES, W. C. *Metodologia científica*. Paracambi: FAETEC/IST, 2007. Disponível em: <[http://unisc.br/portal/upload/com\\_arquivo/metodologia\\_cientifica.pdf](http://unisc.br/portal/upload/com_arquivo/metodologia_cientifica.pdf)>. Acesso em: 04 jun. 2016.

ROVER, S.; BORBA, J. A.; BORGET, A. Como as empresas classificadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) evidenciam os custos e investimentos ambientais? *Custos e @gronegocio on line*, v. 4, n. 1 – jan./abr. 2008. Disponível em: <<http://www.custoseagronegocioonline.com.br/numero1v4/Custos%20ambientais%20e%20agronegocio.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2016.

SILVA, H. A. S. *Evidenciação do capital intelectual de natureza social e ambiental: estudo nos relatórios anuais e nos sites das empresas listadas no programa “em boa companhia” da Bovespa*. 130f. Monografia (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Departamento de Ciências Contábeis, Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, 2008. Disponível em: <<http://tcc.bu.ufsc.br/TCC%20contabeis/2008/HARLEY%20ALMEIDA%20SOARES%20DA%20SILVA.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2016.

STEWART, T. A. *Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1998. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/73/>>. Acesso em: 22 mar. 2016.

VILELA JUNIOR, G. B. ; CARVALHO, A. S. Análise de conteúdo. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*, São Paulo: Atlas, p. 380, 2005. Disponível em: <<http://www.cpaqv.org/epistemologia/analiseconteudo.pdf>>. Acesso em: 25 mai. 2016.

## APÊNDICES

**APÊNDICE A – Coleta de dados Celulose Irani S.A.**

<b>CELULOSE IRANI S.A.</b>						
	<b>QUESITO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>1</b>	Faz alguma menção ao Capital Intelectual?	1	0	1	1	1
<b>2</b>	Incentiva programas de educação continuada?	1	1	1	1	1
<b>3</b>	Possui plano de cargos e salários?	1	0	1	0	1
<b>4</b>	Investe em tecnologia da Informação?	1	1	1	1	1
<b>5</b>	Efetua o pagamento de dividendos?	1	1	1	1	1
<b>6</b>	Divulga os gastos para a obtenção de novos clientes?	0	0	0	0	0
<b>7</b>	Possui técnicas para medir a satisfação dos clientes?	1	0	1	0	0
<b>8</b>	Realiza um comparativo relativo ao crescimento da organização?	1	1	1	1	1
<b>9</b>	Informa gastos com projetos sociais?	0	1	0	0	0
<b>10</b>	Divulga gastos com projetos ambientais?	1	1	1	0	0
<b>TOTAL</b>		<b>8</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>6</b>

APÊNDICE B – Coleta de dados Cia Melhoria de São Paulo

<b>CIA MELHORAMENTO DE SÃO PAULO</b>						
	<b>QUESITO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>1</b>	Faz alguma menção ao Capital Intelectual?	1	1	0	1	1
<b>2</b>	Incentiva programas de educação continuada?	1	1	0	1	1
<b>3</b>	Possui plano de cargos e salários?	0	0	0	0	0
<b>4</b>	Investe em tecnologia da Informação?	1	1	1	1	1
<b>5</b>	Efetua o pagamento de dividendos?	0	1	1	1	1
<b>6</b>	Divulga os gastos para a obtenção de novos clientes?	0	0	0	0	0
<b>7</b>	Possui técnicas para medir a satisfação dos clientes?	1	0	0	0	0
<b>8</b>	Realiza um comparativo relativo ao crescimento da organização?	1	1	1	1	1
<b>9</b>	Informa gastos com projetos sociais?	0	0	0	0	0
<b>10</b>	Divulga gastos com projetos ambientais?	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

**APÊNDICE C – Coleta de dados Fibria Celulose S.A.**

<b>FIBRIA CELULOSE S.A.</b>						
	<b>QUESITO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>1</b>	Faz alguma menção ao Capital Intelectual?	1	1	1	1	1
<b>2</b>	Incentiva programas de educação continuada?	1	1	1	1	1
<b>3</b>	Possui plano de cargos e salários?	0	0	0	0	0
<b>4</b>	Investe em tecnologia da Informação?	1	1	1	1	1
<b>5</b>	Efetua o pagamento de dividendos?	1	0	0	1	1
<b>6</b>	Divulga os gastos para a obtenção de novos clientes?	0	0	0	0	0
<b>7</b>	Possui técnicas para medir a satisfação dos clientes?	1	1	1	1	1
<b>8</b>	Realiza um comparativo relativo ao crescimento da organização?	1	1	1	1	1
<b>9</b>	Informa gastos com projetos sociais?	1	1	1	1	1
<b>10</b>	Divulga gastos com projetos ambientais?	1	1	1	1	1
<b>TOTAL</b>		<b>8</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>8</b>

**APÊNDICE D – Coleta de dados Klabin S.A.**

<b>KLABIN S.A.</b>						
	<b>QUESITO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>1</b>	Faz alguma menção ao Capital Intelectual?	0	1	1	0	1
<b>2</b>	Incentiva programas de educação continuada?	1	1	1	1	0
<b>3</b>	Possui plano de cargos e salários?	0	1	0	0	0
<b>4</b>	Investe em tecnologia da Informação?	1	1	1	1	1
<b>5</b>	Efetua o pagamento de dividendos?	1	1	0	0	1
<b>6</b>	Divulga os gastos para a obtenção de novos clientes?	0	0	0	0	0
<b>7</b>	Possui técnicas para medir a satisfação dos clientes?	1	1	1	0	0
<b>8</b>	Realiza um comparativo relativo ao crescimento da organização?	1	1	1	1	1
<b>9</b>	Informa gastos com projetos sociais?	1	1	1	1	1
<b>10</b>	Divulga gastos com projetos ambientais?	1	1	1	1	1
<b>TOTAL</b>		<b>7</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>6</b>



**APÊNDICE E – Coleta de dados Santher S.A.**

<b>SANTHER FAB DE PAPEL SANTA THEREZINHA S.A.</b>						
	<b>QUESITO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>1</b>	Faz alguma menção ao Capital Intelectual?	0	0	0	0	0
<b>2</b>	Incentiva programas de educação continuada?	0	0	0	0	0
<b>3</b>	Possui plano de cargos e salários?	0	0	0	0	0
<b>4</b>	Investe em tecnologia da Informação?	1	1	0	1	1
<b>5</b>	Efetua o pagamento de dividendos?	1	1	1	1	1
<b>6</b>	Divulga os gastos para a obtenção de novos clientes?	1	1	1	1	1
<b>7</b>	Possui técnicas para medir a satisfação dos clientes?	0	0	0	0	0
<b>8</b>	Realiza um comparativo relativo ao crescimento da organização?	1	1	1	1	1
<b>9</b>	Informa gastos com projetos sociais?	1	1	1	1	1
<b>10</b>	Divulga gastos com projetos ambientais?	1	1	1	1	1
<b>TOTAL</b>		<b>6</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

APÊNDICE F – Coleta de dados Suzano Papel e Celulose S.A.

<b>SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A.</b>						
	<b>QUESITO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>1</b>	Faz alguma menção ao Capital Intelectual?	1	1	0	1	1
<b>2</b>	Incentiva programas de educação continuada?	1	0	0	0	1
<b>3</b>	Possui plano de cargos e salários?	0	0	0	1	1
<b>4</b>	Investe em tecnologia da Informação?	1	1	1	1	1
<b>5</b>	Efetua o pagamento de dividendos?	1	0	1	1	0
<b>6</b>	Divulga os gastos para a obtenção de novos clientes?	0	0	1	0	0
<b>7</b>	Possui técnicas para medir a satisfação dos clientes?	0	0	0	1	0
<b>8</b>	Realiza um comparativo relativo ao crescimento da organização?	1	0	1	1	1
<b>9</b>	Informa gastos com projetos sociais?	1	1	0	1	1
<b>10</b>	Divulga gastos com projetos ambientais?	1	1	0	1	1
<b>TOTAL</b>		<b>7</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>7</b>